BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran untuk perancangan buku perang Uhud ini berdasarkan beberapa hal berikut yang meliputi:

Demografis :

Jenis Kelamin : laki-laki

Usia : 16 - 20 tahun

Pekerjaan : pelajar dan mahasiswa.

Geografis : Nasional atau seluruh Indonesia, karena Indonesia adalah negara yang mayoritas penduduknya menganut ajaran agama Islam. Sedangkan perang Uhud juga merupakan sejarah umat Islam yang perlu diketahui oleh umat Islam itu sendiri.

Psikografis : menurut Zakiah Darajat (1990) masa remaja merupakan masa diantara masa kanak-kanak dan dewasa. Pada masa ini remaja mengalami pertumbuhan dan perkembangan baik secara fisik maupun psikisnya. Mereka bukan lagi anak-anak baik secara fisik maupun cara berfikir dan bertindak, namun bukan juga orang dewasa yang telah matang. Dari sisi kepribadian masa remaja adalah masa pencarian jati diri yang akan menjadi dasar bagi mereka pada masa dewasa, sehingga masa remaja juga masa mencari idola-idola yang akan mereka jadikan panutan dan kebanggaan.

Consumer Journey

Tabel III. 1 *Consumer Journey*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Waktu	**Keterangan**
05.00 – 06.00	Bangun tidur – shalat Subuh – mandi.
06.00 – 07.00	Makan pagi – persiapan berangkat ke sekolah / kampus.

07.00 – 12.00	Aktivitas di sekolah / kampus
12.00 – 13.00	Istirahat – makan siang – shalat Dzuhur
13.00 – 16.00	Pulang sekolah / kuliah
16.00 – 18.00	Istirahat – bermain gadget – permainan – baca buku – bermain sosial media
18.00 – 19.00	Istirahat – shalat Maghrib – makan malam
19.00 – 21.00	Istirahat / mengerjakan tugas – nonton – bermain gadget – baca buku - permainan
21.00 – 05.00	Istirahat / tidur

Consumer Insight

Remaja dengan rentan usia 16 sampai dengan 20 tahun adalah masa pencarian jati diri, mencari idola atau panutan, menyukai hal-hal baru, unik, ataupun menantang. ***Insight:*** Suatu hal yang baru, menarik, dan menyukai sosok pahlawan.

III.2. Strategi Perancangan

III.2.1. Tujuan Komunikasi

Perancangan buku perang Uhud ini memiliki tujuan komunikasi berupa memberikan informasi dari nilai-nilai yang terkadung dari beberapa peristiwa istimewa yang terjadi pada perang Uhud, sehingga khalayak sasaran dapat mengetahui nilai-nilai yang terkadung di dalamnya.

III.2.2. Pendekatan Komunikasi

Definisi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendi (2014, hal. 2) bahwa komunikasi adalah penyampaian lambang yang berarti oleh seseorang kepada orang lain, baik dengan maksud agar mengerti maupun agar berubah perilakunya.

Pendekatan visual yang diterapkan dalam perancangan buku perang Uhud ini adalah menggunakan pendekatan visual dan disertai dengan pendekatan verbal. Pendekatan visual yang dipakai dalam perancangan buku perang Uhud ini adalah dengan menggunakan penggunaan visual *digital painting* yang banyak digemari

oleh remaja. Sedangkan dalam pendekatan verbal pada perancangan buku ini akan mempergunakan bahasa Indonesia baku, karena didasari oleh pemilihan khalayak sasaran yang mencakup nasional atau seluruh Indonesia. Perbandingan antara visual dan teks dibuat dengan perbandingan 80% visual : 20% teks yang berfungsi sebagai penjelas bagi suatu ilustrasi adegan dalam buku.

III.2.3. *Mandatory*

Mandatory buku perang adalah Mizan Publishing. Mizan Publishing adalah sebuah grup penerbitan buku-buku dengan label Mizan, Mizania, Qanita, Kaifa, Mizan Fantasi, KKPK, Pastelbooks, dan DAR Mizan. Penerbit memiliki peranan yang sangat penting karena menyangkut kegiatan produksi buku, distribusi dan juga promosi agar buku perang Uhud ini bisa dikenal di masyarakat.

III.2.4. Materi Pesan

Materi pesan yang akan dibawa dalam perancangan buku ini adalah memberikan informasi kepada khalayak sasaran mengenai peristiwa perang Uhud dan para ksatria muslim di perang Uhud serta nilai-nilai yang terkandung dalam peristiwa perang Uhud, seperti nilai-nilai ketaatan yang banyak terkandung dalam perang Uhud, keberanian para kesatria muslim dalam perang Uhud dan balasan yang didapatkan bagi kaum *muslimin* yang berjuang dijalan Allah SWT.

III.2.5. Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan lugas yang memiliki makna sebenarnya agar ilustrasi mudah dimengerti oleh khalayak sasaran. Contohnya adalah pada adegan pertarungan Ali bin Abi Thalib yang berhasil menebas kaki musuh, maka ilustrasi akan digambarkan demikian.

III.2.6. Strategi Kreatif

III.2.6.1. *Copywriting*

Copywriting digunakan untuk menarik perhatian khalayak dengan memainkan tulisan. Dalam perancangan informasi melalui media buku ilustrasi ini *copywriting*

yang digunakan berupa judul atau *headline* dan juga *tagline* atau sebagai sub judulnya. Peristiwa perang Uhud adalah merupakan peristiwa sejarah yang artinya benar-benar terjadi di masa lalu, maka dari itu Judul yang digunakan adalah "PERANG UHUD" sehingga orang akan langsung mudah mengenalinya, sekaligus mendapatkan gambaran tentang konten dalam buku ini. Kemudian dilengkapi dengan sub judul yaitu "Kesatria Pembela Agama Allah".



Gambar III. 1 Judul
Sumber: Dokumentasi pribadi

III.2.6.2. *Storyline*

Storyline dibuat sebagai acuan visual atau ilustrasi yang akan dibuat untuk mewakili setiap adegan yang akan disampaikan dalam perancangan informasi perang Uhud ini.

Tabel III. 2 *Storyline*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Ilustrasi	Keterangan
1	Kaum Quraisy berencana untuk melakukan serangan ke Madinah (pembalasan perang Badar).
2	Keberangkatan kaum Quraisy dari Mekkah menuju Madinah.
3	*Rasulullah SAW* mendapatkan informasi dari utusan paman *Rasulullah SAW* Abbas bin Abdul Muthalib.
4	Keberangkatan kaum *muslimin* menuju Uhud (keluar kota Madinah).
5	*Rasulullah SAW* memberikan izin kepada dua sahabat yang masih kecil untuk bergabung di pasukan kaum muslim.
6	Pembelotan kaum munafik yang dipimpin Abdullah bin Ubay.

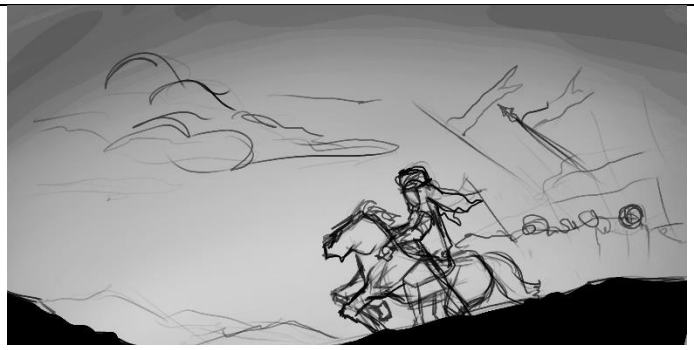
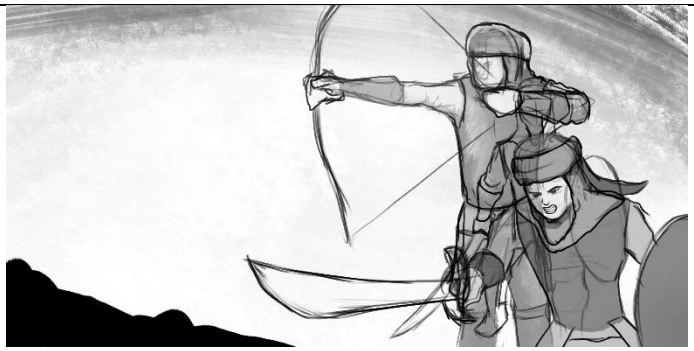
7	Abdullah bin Jahsy sedang berdo'a (sebelum perang).
8	*Rasulullah SAW* menempatkan pasukan pemanah diatas bukit depan gunung Uhud.
9	Amru bin Tsabit (baru memeluk Islam) menyusul pasukan menuju Uhud.
10	Pertarungan Ali bin Abi Thalib (Duel pembuka perang).
11	Pertempuran Uhud (kaum muslim melawan kaum Quraisy).
12	Pasukan muslim berhasil memukul mundur pasukan musuh.
13	*Ghannimah* di medan Uhud, yang membuat pasukan pemanah tergoda.
14	Serangan balik Khalid bin Walid / pasukan berkuda Quraisy.
15	Pasukan *muslimin* menjadi kacau.
16	Sebagian kaum muslim menjadi pasrah, karena tersebar kabar bahwa *Rasulullah SAW* terbunuh.
17	Mukhairiq terbunuh (orang Yahudi).
18	Terbunuhnya Hamzah bin Abdul Muthalib.
19	*Rasulullah SAW* terkepung bersama Thalhah bin Ubaidilah, Saad bin Abi Waqqash dan tujuh sahabat Anshar.
20	Perjuangan Thalhah bin Ubaidilah dan Saad bin Abi Waqqash melindungi *Rasulullah SAW* ketika mundur ke gunung Uhud.
21	Kaum muslim bergabung di gunung Uhud
22	Pasukan musuh kembali dapat dipukul mundur
23	Perangan Uhud berakhir.

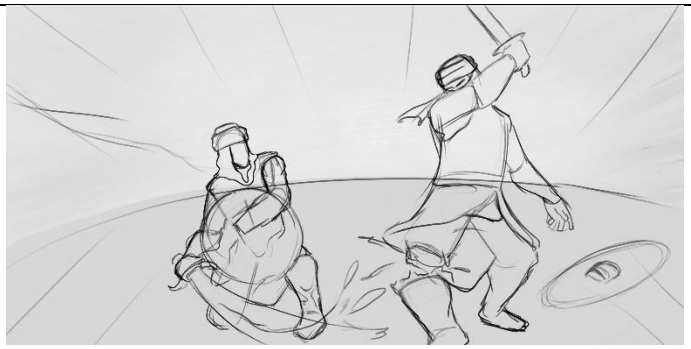
III.2.6.3. *Storyboard*

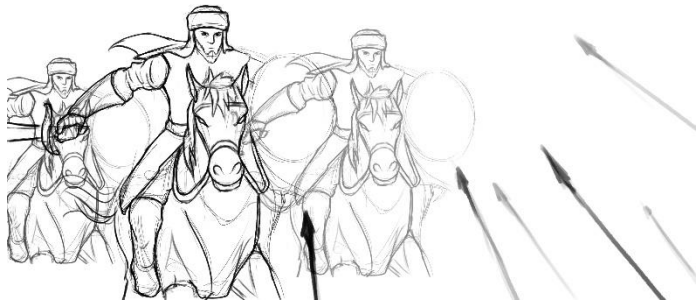
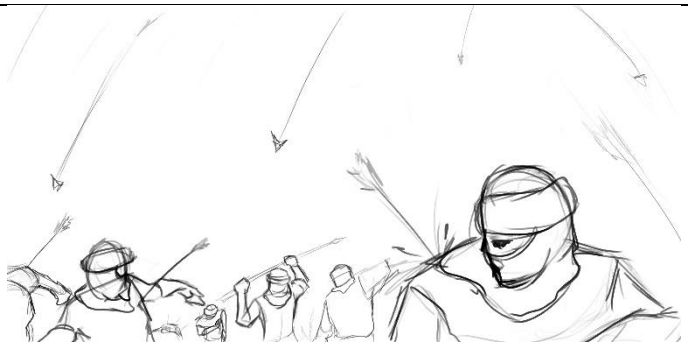
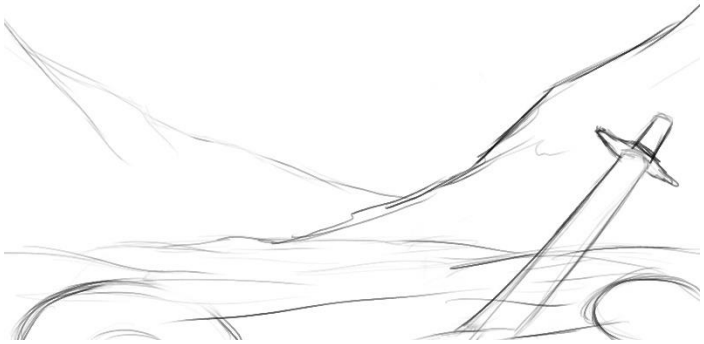
Storyboard dibuat sebagai acuan visual awal, referensi atau gambaran seperti apa visual atau ilustrasi akhir yang akan dihasilkan nantinya ada dalam buku ilustrasi perang Uhud.

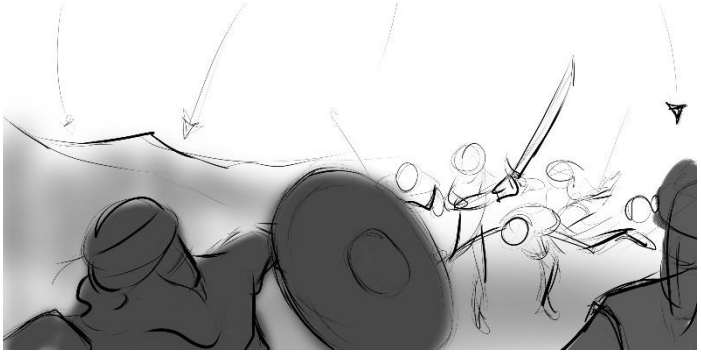
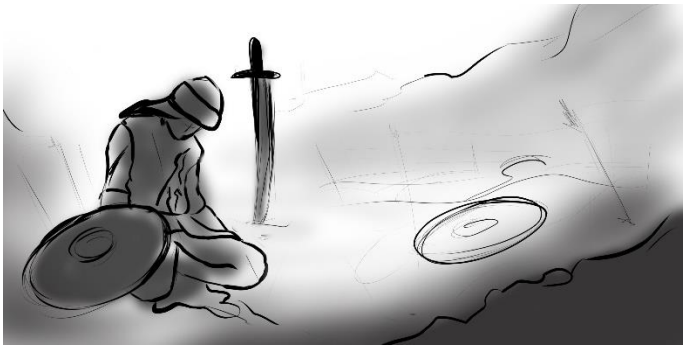
Tabel III. 3 *Storyboard*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

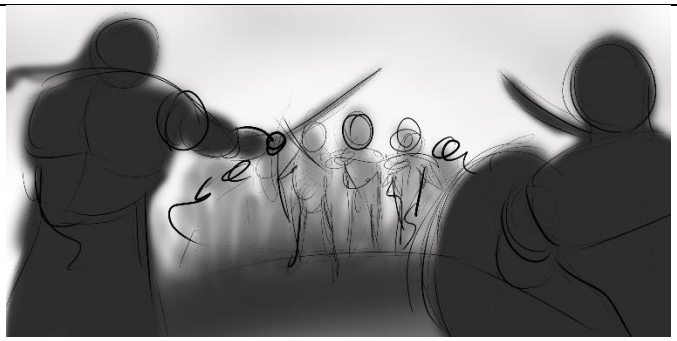
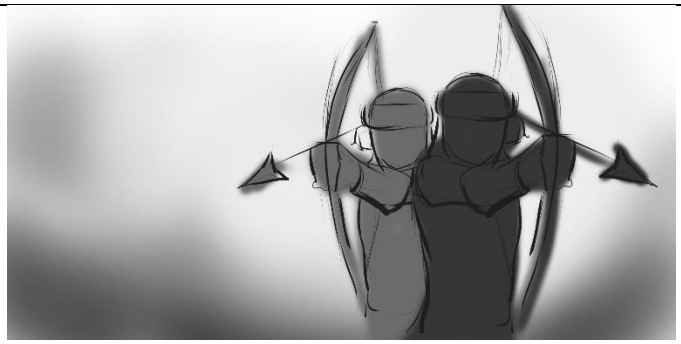
Halaman	*Storyboard*
1	 Kaum Quraisy berencana untuk melakukan serangan ke Madinah (pembalasan perang Badar).
2	 Keberangkatan kaum Quraisy dari Mekkah menuju Madinah.
3	 *Rasulullah SAW* mendapatkan informasi dari utusan Abbas bin Abdul Muthalib.

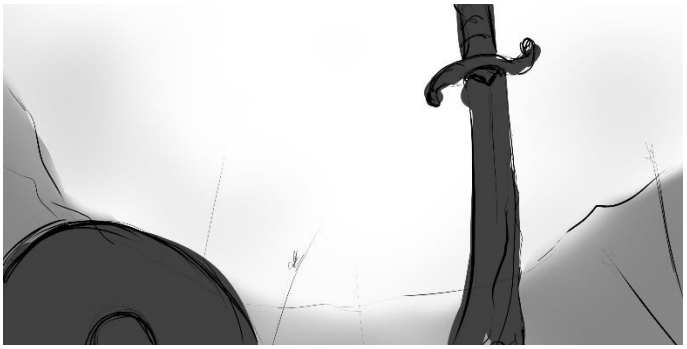
4	 Keberangkatan kaum *muslimin* menuju Uhud (keluar kota Madinah).
5	 *Rasulullah SAW* memberikan izin kepada dua sahabat yang masih kecil untuk bergabung di pasukan kaum muslim.
6	 Pembelotan kaum munafik yang dipimpin Abdullah bin Ubay.
7	 Abdullah bin Jahsy sedang berdo'a (sebelum perang).

8	 *Rasulullah SAW* menempatkan pasukan pemanah diatas bukit depan gunung Uhud.
9	 Amru bin Tsabit (baru memeluk Islam) menyusul pasukan menuju Uhud.
10	 Pertarungan Ali bin Abi Thalib (Duel pembuka perang).

11	 Pertempuran Uhud (kaum muslim melawan kaum Quraisy).
12	 Pasukan muslim berhasil memukul mundur pasukan musuh.
13	 *Ghannimah* di medan Uhud, yang membuat pasukan pemanah tergoda.
14	 Serangan balik Khalid bin Walid / pasukan berkuda Quraisy.

15	 Pasukan *muslimin* menjadi kacau.
16	 Sebagian kaum muslim menjadi pasrah, karena tersebar kabar bahwa *Rasulullah SAW* terbunuh.
17	 Mukhairiq terbunuh (orang Yahudi).
18	 Terbunuhnya Hamzah bin Abdul Muthalib.

19	 *Rasulullah SAW* terkepung bersama Thalhah bin Ubaidilah, Saad bin Abi Waqqash dan tujuh sahabat Anshar.
20	 Perjuangan Thalhah bin Ubaidilah dan Saad bin Abi Waqqash melindungi *Rasulullah SAW* ketika mundur ke gunung Uhud.
21	 Kaum muslim bergabung di gunung Uhud
22	 Pasukan musuh kembali dapat dipukul mundur

23	 Perangan Uhud berakhir.

III.2.6.4. Visualisasi

Visualisasi yang digunakan dalam perancangan buku ilustrasi perang Uhud ini menggunakan gaya ilustrasi *digital painting* dengan menggunakan teknik *hard brushes* yang dicampur dengan *soft brushes.* Penggunaan teknik *hard brushes* bertujuan untuk memberikan kesan kuat, namun tetap terlihat artistik, sehingga bisa digemari oleh para remaja yang senang melihat sesuai yang berbeda, unik dan menarik. Kemudian suasana yang dibangun pada setiap ilustrasi diberikan nuansa warna hangat, dan kesan gurun.

III.2.7. Strategi Media

Strategi media yang digunakan dalam perancangan informasi perang Uhud ini dibagikan menjadi dua bagian yaitu media utama dan media pendukung. Media utama berupa buku ilustrasi perang Uhud, dan media pendukung ialah media-media sebagai sarana promosi dan pengingat.

III.2.7.1. Media Utama

Mediau utama yang digunakan sebagai media informasi perang Uhud ini adalah menggunakan media buku ilustrasi yang berjudul “PERANG UHUD : Kesatria Pembela Agama Allah” yang diharapkan melalui media buku ini khalayak sasaran dapat mendapatkan informasi, serta pengetahuan dari peristiwa perang Uhud yang disajikan dalam media buku Ilustrasi ini, sebagai sarana membaca yang menarik dan memberikan manfaat bagi pembacanya.

III.2.7.2. Media Pendukung

Media pendukung berguna sebagai sarana promosi untuk mengenalkan produk sekaligus pelengkap bagi media utama. Pada media pendukung juga dibagi kembali menjadi tiga bagian yaitu, Media promosi / informsai pada media cetak, menggunakan sosial media sebagai media promosi, dan tahapan pengingat.

Pada tahap promosi atau informasi melalui media cetak meliputi penggunaan media Poster, *Flyer*, *X-Banner* dan *Mini Banner*. Lalu pada tahapan promosi atau informasi melalui media sosial melalui penggunaan media sosial Facebook dan Instagram yang merupakan sosial media yang popular digunakan oleh para remaja. Dan pada tahap pengingat lebih pada penggunaan media-media yang sifatnya lebih kepada *merchandise* seperti kaos, pin, gantungan kunci, stiker, topi, *Tote bag*, *Notebook* dan mug.

III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Tabel III. 4. Distribusi media
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Media	Sep 2018				Okt 2018				Nov 2018			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Buku Ilustrasi				X	X	X	X	X	X	X	X	X
Poster	X	X	X	X	X	X	X	X				
Flyer	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
X-Banner				X	X	X	X	X	X			
Mini Banner				X	X	X	X	X	X	X	X	X
Facebook	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Instagram	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Kaos				X	X	X	X	X	X	X	X	X
Pin				X				X				X
Gantungan kunci				X				X				X
Stiker				X				X				X

Topi				X	X	X	X	X	X	X	X	X
Tote bag				X				X				X
Mug				X				X				X
Notebook				X				X				X

III.3. Konsep Visual

Pada konsep visual perancangan informasi buku ilustrasi Perang Uhud ini adalah menggunakan ilustrasi dengan teknik *digital painting* dan dengan gaya visual semi realistik dengan goresan kuas campuran menggunakan teknik *hard brushes* dan sedikit penggunaan *soft brushes*. Tujuan dari penggunaan teknik *hard brushes* yang dipakai adalah untuk memunculkan kesan kuat, sehingga terasa kesan pertempuran di dalam ilustrasinya.

III.3.1. Format Desain

Format desain untuk buku Ilustrasi perang Uhud ini menggunakan format ukuran 20 x 20 cm, dan isi bagian dalam ilustrasi akan digunakan secara *spread* atau 20 x 40 cm, sehingga area ilustrasi akan lebih luas dan memiliki orientasi *landscape*, yang memungkinkan khalayak untuk bisa lebih leluasa menikmati ilustrasi yang disajikan dalam buku ilustrasi ini.

III.3.2. Tata Letak (*Layout*)

Tata letak yang akan digunakan terutama dalam penempatan teks atau narasi dalam buku ilustrasi perang Uhud ini akan memanfaatkan sisi yang lebih kosong diatas area ilustrasi yang ada, sehingga dapat menghindari ketidak terbacaan teks atau narasi pada buku tersebut.



Gambar III. 2 Layout
Sumber : Dokumentasi pribadi

III.3.3. Tipografi

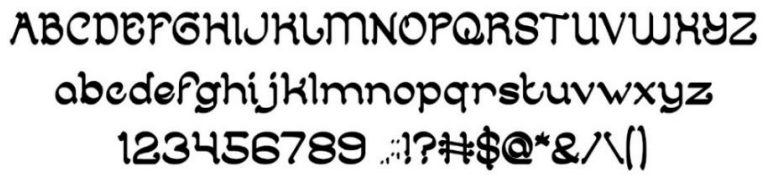
Tipografi sangat penting dalam sebuah buku, karena menyangkut keterbacaan dalam hal informasi yang akan disampaikan, maka dari itu penting untuk menentukan huruf dengan keterbacaan yang baik sekaligus memiliki kesan yang dapat mewakili isi konten yang akan disampaikan dalam sebuah buku.

Penggunaan huruf pada judul menggunaan huruf “XXII ARABIAN – ONENIGHTSTAND” dan sub judul menggunakan huruf “Arial Bold” untuk memberikan kesan stabil, dan kokoh. Font “XXII ARABIAN – ONENIGHTSTAND” dibuat oleh Lecter Johnson dari Doubletwo Studios Hamburg, Jerman yang berlisensi secara cuma-cuma untuk penggunaan personal dan lisensi berbayar untuk keperluan komersial. Sedangkan font “Arial Bold” adalah rupa huruf yang dari keluarga huruf Arial yang dirancang oleh Robin Nicholas dan Patricia Saunders dari Monotype Imaging dan lisensi berbayar untuk keperluan komersial.



Gambar III.3. Tipografi judul
Sumber: Dokumentasi pribadi

Untuk penggunaan body teks huruf yang digunakan adalah “Arabian Knight” agar teks mendapatkan kesan satu nuansa dengan ilustrasi yang ada, font ini dirancang oleh Weknow Font Foundry dan lisensi berbayar untuk keperluan komersial.



Gambar III.4. *Body teks*
Sumber: Dokumen pribadi

III.3.4. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan dalam buku Ilustrasi perang Uhud ini adalah gaya ilustrasi dengan menggunakan teknik *digital painting* bergaya semi realistis yang menggunakan teknik goresan kuas campuran *hard brushes* dan sedikit *soft brushes*. Penggunaan teknik *hard brushes* bertujuan agar ilustrasi mendapatkan kesan kasar, dan kuat untuk membangun kesan dari suasana ilustrasi pertempuran.

III.3.4.1. Studi Latar

Latar terjadinya peristiwa perang Uhud adalah di sekitar gunung Uhud yang terletak di kota Madinah, Arab Saudi. Gunung Uhud juga biasa disebut dengan bukit merah

karena gunung Uhud terbentuk dari batu granit berwarna merah yang memanjang dan memiliki ketinggian sekitar 350 m.



Gambar III.5. Gunung Uhud
Sumber: https://goo.gl/maps/z6tQ5q7ZDmr (Diakses pada 17 Juli 2018)

III.3.4.2. Studi Karakter

Studi karakter pada perancangan buku ilustrasi perang Uhud ini mengambil referensi visual dari serial televisi "Omar" (2012) yang mengisahkan tentang kisah hidup sahabat *Rasulullah SAW* Umar bin Khattab yang beliau pernah mengikuti perang Uhud bersama *Rasulullah SAW*. Referensi visual lainnya mengambil dari film animasi 3D "Bilal : A New Breed of Hero" (2015) yang berkisah tentang sahabat Bilal bin Rabah yang beliau juga pernah mengikuti beberapa peperangan bersama *Rasulullah SAW* termasuk di antaranya perang Uhud.

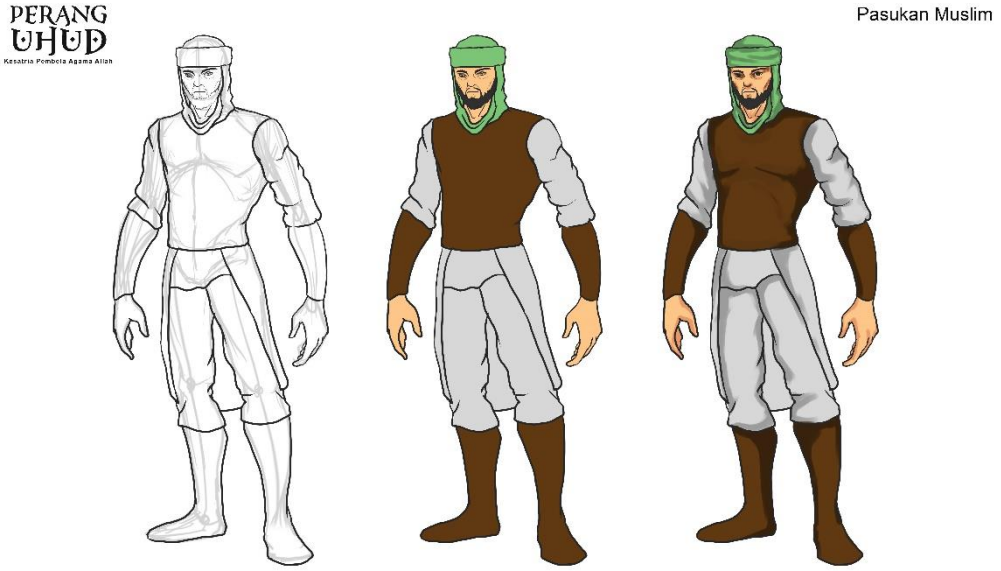


Gambar III.6. Referensi *visua*l 1
Sumber: Omar (2012)

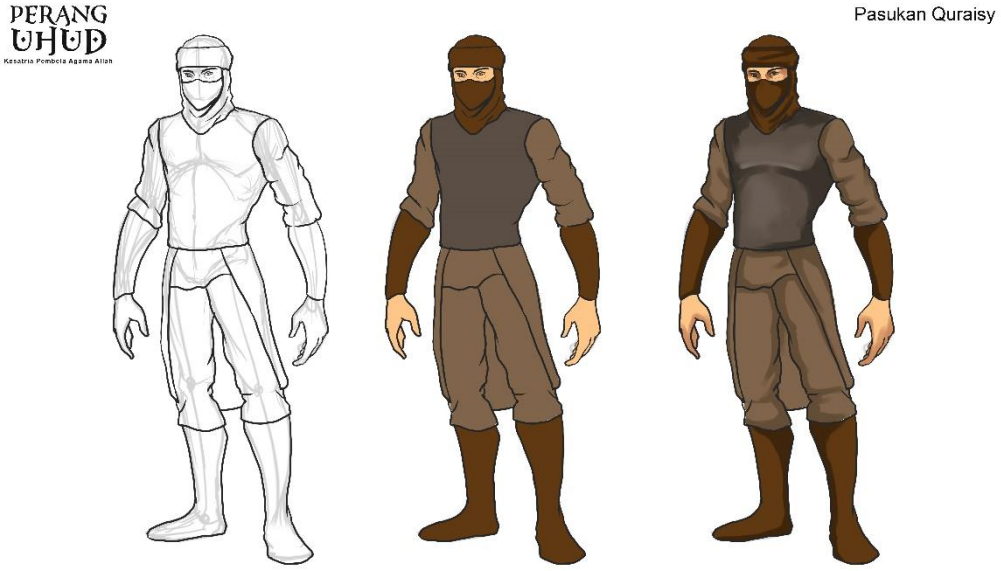


Gambar III.7. Referensi *visual* 2
Sumber: Bilal : a New Breed of Hero (2015)

Setelah mendapatkan beberapa referensi visual maka di dapatkan desain tokoh sebagai berikut:



Gambar III.8. Desain Tokoh Pasukan Muslim
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar III.9. Desain Tokoh Pasukan Quraisy
Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.3.5. Warna

Warna merupakan elemen penting dalam membangun kesan atau suasana dalam sebuah ilustrasi. Maka dari itu dalam perancangan buku ilustrasi ini pemilihan warna disesuaikan untuk membangun suasana gurun dan hangat.



Gambar III.10. Warna
Sumber: Dokumentasi pribadi